

DOCTalks



GUIDE

Pratiques de collaboration
intersectorielle pour les
médias documentaires
fondés sur le savoir

Version 1

Mars 2020

Compilé par
Paul De Decker, Ph.D., Université Memorial

Remerciements

- Susan O'Donnell, Ph.D.
- Matt Rogers, Ph.D.
- David Leadbeater, Ph.D.
- Laura Tulk (transcription)
- Vincent Audet (conception de l'icône « cross-sector »)
- Joey Hickey (conception de la mise en page)
- Conseil d'administration de DOCTalks (2013-2019)
- Participants, sympathisants et bénévoles du Festival et symposium DOCTalks (2013-2019)
- Répondants au questionnaire sur les pratiques exemplaires du Guide DOCTalks, version 1
- Université du Nouveau-Brunswick
- Université St. Thomas
- Université Memorial
- New Brunswick College of Craft & Design
- Springboard Atlantic
- Conseil de recherches en sciences humaines du Canada
- Association des documentaristes du Canada (sections nationale et de l'Atlantique)
- Ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick
- Fonds des médias du Canada
- Téléfilm Canada
- Office national du film du Canada
- Newfoundland and Labrador Film Development Corporation
- Innovation PEI (secteur du film)
- Nova Scotia Business Investment (secteur du film)
- CBC/Radio-Canada
- CACTUS Community TV Stations (CHCO et CIMC)
- Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN)
- TV Ontario
- Knowledge Network
- Nova Scotia Society for Public Broadcasting
- Corporation for Public Broadcasting (États-Unis)
- PBS Maine et PBS New Hampshire (États-Unis)
- National Educational Telecommunications Association (États-Unis)
- Filmmakers Collaborative (États-Unis)
- Fondations communautaires du Canada
- Réseau canadien des subventionneurs en environnement
- Fondations philanthropiques Canada
- Fondation Inspirit
- Fondation McConnell
- Ville de Fredericton
- La Fondation communautaire de Fredericton
- Centraide, Région du centre du Nouveau-Brunswick

et bien d'autres...

Coordonnées

DOCTalks Festival & Symposium Inc.
Case postale 432
Fredericton, NB E3B 4Z9
CANADA
www.doctalks.ca

Paul De Decker, Ph.D., président
pauldd@mun.ca

Lloyd Salomone, cofondateur
lloyd_salomone@hotmail.com

Bailleurs de fonds



Fonds des médias du Canada

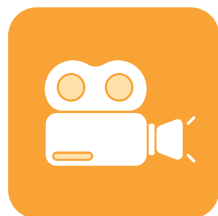
AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ

Les opinions, les conclusions et les recommandations contenues dans le Guide DOCTalks, version 1, sont celles de l'auteur. Le Fonds des médias du Canada et le ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick ne sont liés d'aucune façon par les recommandations contenues dans le document.

Droits d'auteur



Le Guide DOCTalks, version 1, compilé par Paul De Decker, est protégé en vertu d'une licence Attribution – Pas d'utilisation commerciale – Partage dans les mêmes conditions 4.0 International de Creative Commons.



Producteurs de documentaires



Chercheurs universitaires



Organismes de bienfaisance



Gouvernements



Radiodiffuseurs



Fondations et bailleurs de fonds

MESSAGE

4

RAISON D'ÊTRE ET UTILISATION DU PRÉSENT GUIDE

4

Partie 1 : CE QUE SONT LES MÉDIAS DOCUMENTAIRES FONDÉS SUR LE SAVOIR

5

Types de médias documentaires fondés sur le savoir**Formes de médias documentaires fondés sur le savoir**

Médias sociaux

Sites Web interactifs

Balados

Vidéos courtes

Longs métrages documentaires

Technologies immersives d'apprentissage (réalité virtuelle et augmentée, applications, jeux)

Questions pertinentes pour toutes les formes de médias fondés sur le savoir**Partie 2 : LA COMMUNAUTÉ DE PRATIQUE DE DOCTALKS**

10

Qui fait quoi dans une communauté de pratique de médias documentaires

Producteurs de documentaires

Chercheurs universitaires

Organismes de bienfaisance

Gouvernements

Radiodiffuseurs

Fondations et bailleurs de fonds

i) Financement du secteur des fondations publiques et privées

ii) Financement du secteur de la recherche universitaire

iii) Financement du secteur du film documentaire

Partie 3 : CE QUE LES COLLABORATEURS DOIVENT SAVOIR

15

Façon de travailler des différents secteurs

Producteurs de médias documentaires

Chercheurs universitaires

Organismes de bienfaisance

Gouvernements

Radiodiffuseurs

Fondations et bailleurs de fonds

Difficultés connues

Producteurs de médias documentaires

Chercheurs universitaires

Radiodiffuseurs

Fondations et bailleurs de fonds

Atténuer les différences entre les secteurs

Production et contenu

Propriété intellectuelle et droit d'auteur

Financement

Collaboration et rétroaction

Partie 4 : ÉTHIQUE ET PARTENARIATS

18

*Question 1 : De quelle façon votre secteur applique-t-il les principes d'éthique pour protéger les gens, les lieux et les objets qui apparaissent dans vos projets de documentaires ?**Question 2 : Comment assurez-vous la représentation exacte du savoir communautaire ou de l'expérience locale et de la recherche scientifique ?***Partie 5 : PROCHAINES ÉTAPES**

19

Promotion des collaborations intersectorielles

Établissement de sections locales de DOCTalks

Mise en place de modèles de financement

Création d'une vision des médias documentaires fondés sur le savoir

Annexe : PARTENARIATS INTERSECTORIELS — ÉTUDES DE CAS

21

MESSAGE

C'est en février 2013 que le premier Festival et symposium DOCTalks a eu lieu, à Fredericton, au Nouveau-Brunswick. Cette première édition a été le lieu de projections de documentaires de l'Office national du film du Canada et de producteurs indépendants du Canada atlantique. Elle a également été l'occasion d'une rencontre officieuse entre des intervenants de différents secteurs : producteurs de documentaires, représentants de bureaux de services de recherche d'université, organismes du film provinciaux et fédéraux, organismes de bienfaisance et fondations. Les discussions avaient porté sur la question : « Pourquoi produire du contenu médiatique documentaire fondé sur les connaissances en collaboration intersectorielle ? »

Après cette réunion, DOCTalks et des représentants du bureau des services de recherche de l'Université St. Thomas ont commencé à planifier l'édition 2014 du Festival et symposium DOCTalks, et à recueillir des fonds en vue de celui-ci. Plus de 50 personnes de différents secteurs y ont pris part. En groupes de discussion, elles ont échangé sur chacun de leur secteur et exprimé la nécessité de collaborer les unes avec les autres. Mais il y avait très peu d'exemples de partenariats intersectoriels pour la production de médias documentaires fondés sur le savoir.

Depuis, DOCTalks a adopté une démarche « à petite vitesse ». L'édition 2015 du festival et symposium a permis d'approfondir notre compréhension de la collaboration intersectorielle. Nous avons mis sur pied plusieurs projets pilotes pratiques en 2016-2017 pour créer et faire la promotion du contenu médiatique documentaire fondé sur le savoir. À l'édition 2018 du festival et symposium, nous avons réuni les parties prenantes pour discuter de la pertinence d'un guide de pratiques exemplaires en vue d'orienter les collaborations intersectorielles. Puis, en 2019, nous avons travaillé avec Paul De Decker de l'Université Memorial pour entreprendre la compilation du présent Guide DOCTalks.

Au nom du conseil de DOCTalks ainsi que des centaines de personnes qui ont participé au festival et symposium et qui l'ont appuyé au cours des sept dernières années, nous remercions tous ceux et celles qui ont contribué au Guide DOCTalks, version 1 : Pratiques intersectorielles pour les médias documentaires fondés sur le savoir.

Nous sommes très enthousiastes à l'égard du Guide DOCTalks. Nous l'améliorerons sans cesse pour favoriser la promotion, la création, le financement et la mobilisation des médias documentaires fondés sur le savoir au Canada en faisant appel aux pratiques de collaboration intersectorielle.

- Lloyd Salomone, cofondateur de DOCTalks

RAISON D'ÊTRE ET UTILISATION DU PRÉSENT GUIDE

Les membres de différents milieux hétérogènes et intersectoriels qui souhaitent produire des médias documentaires fondés sur le savoir se butent à un certain nombre d'obstacles qui nuisent à l'efficacité de leurs relations. Le présent Guide rassemble les réflexions et les observations formulées au cours de deux tables rondes sur les pratiques exemplaires tenues dans le cadre du Symposium DOCTalks (en 2018 et en 2019) et recueillies dans un sondage auprès de représentants des différents secteurs visés¹.

Le présent document est organisé en plusieurs parties dans le but de proposer une démarche relative aux médias documentaires fondés sur le savoir.

Dans la première partie, nous définissons ce que sont les médias documentaires fondés sur le savoir et les différentes formes qu'ils revêtent.

Dans la deuxième partie, nous présentons une brève introduction de ce que nous appelons une communauté de pratique en médias documentaires. Cette perspective encadre notre vision des projets fondés sur le savoir, voulant que les collaborateurs des différents secteurs soient mutuellement engagés dans la création d'un savoir au sujet d'un enjeu pressant qui touche leur milieu. Dans cette section, nous mentionnons quelques secteurs qui ont déjà participé à des médias documentaires fondés sur le savoir et des atouts qu'ils ont à offrir à une communauté de pratique.

Dans la troisième partie, nous puisons directement dans les réponses à notre sondage pour présenter les limites et les possibilités des collaborations intersectorielles dans la production de médias documentaires fondés sur le savoir. Nous ne fournissons pas de mode d'emploi objectif à suivre, puisque les pratiques qui sont bonnes pour certains partenariats ne le sont pas nécessairement pour d'autres.

Dans la quatrième partie, nous présentons les réponses à deux questions du sondage qui portent sur l'éthique dans la production de médias fondés sur le savoir. La première porte sur le traitement éthique des personnes, des lieux et des objets qui apparaissent à l'écran; la deuxième concerne la fiabilité et l'exactitude de la représentation du savoir communautaire et de la recherche universitaire dans les projets.

Enfin, dans la cinquième partie, nous concluons en présentant les prochaines étapes possibles.

Même si nous avons entendu une centaine de personnes, notre compréhension de certaines pratiques est incomplète et demande de mener d'autres travaux. Nous vous invitons néanmoins à tester nos constatations et à contribuer à la discussion : participez au Festival et symposium DOCTalks; mettez sur pied votre propre communauté de pratique DOCTalks, peu importe votre région; établissez des partenariats avec des chercheurs, des organismes gouvernementaux fédéraux et provinciaux, des organismes non gouvernementaux, des organismes de bienfaisance, des membres de la communauté, des bailleurs de fonds, des radiodiffuseurs et des producteurs de documentaires; dites-nous ce qui a fonctionné (ou non) pour vous.

Le présent Guide est un document vivant, destiné à croître suivant les commentaires que nous recueillons auprès de tous les collaborateurs des différents secteurs. Nous espérons que les nouveaux partenariats intersectoriels y trouveront une sagesse collective sur les façons d'atténuer les obstacles culturels et institutionnels qui freinent la production de médias documentaires fondés sur le savoir.

Au nom de DOCTalks Inc., nous vous remercions de votre intérêt envers la création de médias documentaires fondés sur le savoir. Nous croyons que ce guide contribuera à ouvrir certaines portes au travail collaboratif productif. Ou, du moins, quelques fenêtres

- Paul De Decker, linguiste, Université Memorial,
et président de DOCTalks

¹ Aucun répondant n'a été rémunéré.

Partie 1 : CE QUE SONT LES MÉDIAS DOCUMENTAIRES FONDÉS SUR LE SAVOIR

Depuis la constitution de l'Office national du film du Canada en 1939, les Canadiens et les Canadiennes ont été des pionniers de la narration documentaire et ont fait croître le genre en produisant des films qui ont touché des auditoires partout au pays et dans le monde. De nos jours, l'écoute de documentaires demeure forte et est élevée en ligne².

Cependant, les répondants à notre sondage et les participants aux différentes éditions du Festival et symposium ont fait remarquer que le grand public délaissait la consommation de médias documentaires, en particulier depuis le début du XXI^e siècle, à l'apparition de la télé-réalité *Survivor* sur les chaînes de télévision nord-américaines. Depuis, nous avons assisté à la prolifération de la télé-réalité et des émissions portant sur des modes de vie (notamment de cuisine et de rénovation domiciliaire), qui ont éliminé et déplacé ce que nous appelons dans le présent guide les « émissions documentaires fondées sur le savoir » sur les chaînes des radiodiffuseurs publics et privés ainsi que les chaînes spécialisées au Canada et ailleurs dans le monde. Devant la montée de ce type d'émissions, DOCTalks se montre inquiet à propos de deux principaux obstacles à l'utilisation de médias documentaires pour renseigner et améliorer la société :

1. un grand public (citoyens) mal desservi en raison du déclin du contenu éducatif local et de la perte de médias documentaires accessibles, de grande qualité et pertinents sur les plans social et culturel pour les collectivités;
2. l'érosion des principes et du consensus démocratiques fondés sur la prise de décisions en raison de la confusion, du manque d'information et du désengagement des citoyens, ce qui donne lieu à la prolifération des fausses nouvelles.

Malgré ces préoccupations, la relation de longue date entre les documentaristes et les chercheurs universitaires a permis de produire certaines des émissions factuelles les plus saluées de la télévision canadienne (*The Nature of Things* à CBC, *Découverte* et *La Semaine verte* à Radio-Canada). Par ailleurs, l'évolution constante du paysage des médias numériques fait surgir de nouvelles occasions pour la narration documentaire, par exemple, l'expansion mondiale d'Internet, l'accès à des appareils de communication abordables, le faible coût de l'équipement et des logiciels de production de médias numériques, la popularité grandissante des services de diffusion en continu en ligne et l'utilisation des médias sociaux pour atteindre des auditoires locaux et mondiaux.

DOCTalks croit que la narration documentaire, sous toutes ses formes, devrait être utilisée pour informer et améliorer la société. Depuis 2013, le festival et symposium a travaillé fort pour faire avancer ces progrès, aborder les enjeux et définir de nouvelles façons de favoriser la création, le financement et la distribution de contenu médiatique documentaire fondé sur le savoir. Sa démarche repose sur la collaboration intersectorielle entre les producteurs de documentaires, les chercheurs universitaires, les organismes de bienfaisance, les gouvernements, les radiodiffuseurs, ainsi que les fondations et les bailleurs de fonds.

Dans la première section de ce guide, nous présentons cette démarche qui vise à assurer aux médias fondés sur le savoir une place de plus en plus grande dans le paysage numérique et social actuel.

Types de médias documentaires fondés sur le savoir

Les répondants à notre sondage ont exprimé un vif intérêt à montrer, à mobiliser et à faire connaître les découvertes de recherche des chercheurs universitaires et des organismes de bienfaisance ou affirmé qu'ils possédaient de l'expérience à cet égard, tout en indiquant qu'il fallait aller davantage dans ce sens. Tous estimaient que, très souvent, les constatations de recherche n'atteignaient pas le grand public, et ils aimeraient trouver de nouvelles façons de faire connaître leur savoir. DOCTalks a cerné deux types de distribution du savoir par le truchement de médias documentaires :

1. Les projets qui sous-tendent des activités de mobilisation de la recherche après sa réalisation forment probablement le type le plus commun. Nous appelons « médias de mobilisation du savoir » ce type de médias documentaires.
2. D'autres répondants ont pris part à ce que nous appelons les « médias d'échange de savoir ». Ceux-ci sont axés sur l'engagement intersectoriel et visent à saisir, à générer, à synthétiser et à diffuser les connaissances qui émergent du processus d'engagement.

En plus de définir ces deux types, les répondants ont indiqué que les médias documentaires fondés sur le savoir pourraient :

- être axés sur un personnage (une technique utilisée par bon nombre de documentaristes), tout en se concentrant sur une réponse à un problème;
- présenter l'application de savoir universitaire ou communautaire en vue d'aborder un enjeu social et ainsi entraîner des changements dans le milieu;
- montrer l'efficacité d'une réponse mutuellement convenue en présentant les preuves connues des résultats;
- viser principalement à présenter des idées pouvant être utilisées par d'autres;
- présenter les limites de leur démarche;
- adhérer aux principes éthiques établis, soit de représenter les voix et les perspectives des participants de façon exacte et responsable.

² HotDocs, Recherche sur l'auditoire du documentaire 2018.

Nous croyons qu'un nombre croissant de chercheurs universitaires seront ouverts à ces suggestions. À ses derniers congrès annuels, le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada a annoncé qu'il soutenait la mobilisation du savoir par l'intermédiaire du film documentaire en offrant aux chercheurs universitaires une tribune pour en apprendre davantage sur la production d'un film documentaire. Pour en savoir plus, consultez Mobiliser la recherche au moyen de documentaires, <https://www.congress2018.ca/calendar/1218> et Le pouvoir de communication des films documentaires <https://www.congress2019.ca/calendar/1057>.

Formes de médias documentaires fondés sur le savoir

DOCTalks définit plusieurs types de médias documentaires fondés sur le savoir qui pourraient être produits par le truchement de la collaboration des différents secteurs. Nous en présentons six ci-dessous : les longs métrages documentaires, les vidéos courtes, les balados, les technologies immersives d'apprentissage (réalité virtuelle et augmentée, applications, jeux), les sites Web interactifs et les médias sociaux. Selon les objectifs du projet, chaque type de médias documentaires peut être créé de façon indépendante ou en association avec d'autres types.

Médias sociaux

Les sites de médias sociaux (Facebook, Twitter) constituent le type de création documentaire le plus simple. On peut y publier en ligne de l'information fondée sur le savoir aussi souvent que les collaborateurs de différents secteurs qui pilotent le projet en ont besoin. Il est très peu coûteux d'ouvrir un compte de médias sociaux, mais, selon la quantité de contenu produit à l'interne et à l'externe (textes, liens vers des articles, événements, vidéos, balados, etc.) à diffuser selon un calendrier coordonné, l'investissement en temps peut être grand.

Les principales difficultés intersectorielles liées aux médias sociaux sont les suivantes : déterminer le type de savoir qui sera mobilisé pour les auditoires; et choisir les responsables de l'établissement et de l'administration de ces comptes, de la production de contenu à y publier et de la surveillance périodique du compte.

Si les médias sociaux font partie d'un vaste projet de médias documentaires, la quantité de contenu à créer et à diffuser (et donc le temps exigé) sera beaucoup plus importante et complexe. La détermination du ou des titulaires de la propriété intellectuelle (nom du compte, éléments graphiques) et de la façon dont les fonds seront recueillis et partagés par les parties prenantes des différents secteurs en vue de mettre le compte sur pied et de l'alimenter constituent d'autres difficultés intersectorielles liées aux médias sociaux.

Sites Web interactifs

Un site Web peut aussi être mis sur pied et utilisé pour établir la présence en ligne d'un projet de collaboration intersectorielle. Comme dans le cas des médias sociaux, les participants devront déterminer les types de savoir à mobiliser et les responsables de la conception et de l'administration du site, de la production de contenu à y publier, de la mise en ligne du contenu, de son affichage dans un blogue ou sur les médias sociaux pour assurer sa distribution en ligne et du suivi des données analytiques pour observer la portée auprès de l'auditoire.

Selon le type d'information publié dans le site du projet, le contenu peut être statique (texte, images) ou dynamique et interactif (liens vers des vidéos, balados, long métrage documentaire, réalité virtuelle, application, jeux).

Là encore, si le site Web fait partie d'un vaste projet de médias documentaires, la quantité de contenu fondé sur le savoir à créer et à mobiliser (et donc le temps exigé) sera beaucoup plus importante et complexe.

Parmi les difficultés intersectorielles liées à la création de sites Web interactifs, citons la détermination du ou des titulaires de la propriété intellectuelle (nom de domaine, éléments graphiques, contenu créé) et de la façon dont les fonds seront recueillis et partagés par les parties prenantes des différents secteurs en vue de mettre le site sur pied et de l'alimenter.

Balados

Les balados sont des enregistrements audio distribués par des services en ligne de diffusion audio en continu (SoundCloud) et des liens intégrés à des sites Web ou à des pages de médias sociaux, diffusés par des stations de radio en ligne ou par la voie des ondes, ou encore, stockés numériquement à des fins de référence ou d'archive. Un balado fondé sur le savoir peut contenir des entrevues et des discussions avec des gens qui souhaitent faire partager leurs connaissances sur un sujet ou un enjeu qui les intéresse et qu'ils comprennent bien. Un balado peut aussi être créé dans le cadre d'un processus de recherche, afin de conserver l'enregistrement numérique des entrevues et des discussions pour de futurs besoins.

Voici quelques-uns des processus et des problèmes dont les participants des différents secteurs devront discuter et qu'ils auront à régler avant d'entreprendre la création et la diffusion d'un balado fondé sur le savoir.

Avant la création d'un balado, les collaborateurs des différents secteurs devront déterminer le thème central du projet, choisir les personnes à interroger et obtenir leur consentement à être enregistrées ou filmées. Si les entrevues ou les discussions sont menées par des chercheurs universitaires, il faudra peut-être obtenir une approbation sur le plan éthique de l'établissement avant le début du projet. Certains organismes de bienfaisance ont également des procédures internes d'examen avant

que des gens associés au projet soient interrogés. Les producteurs de documentaires utiliseront leurs formulaires de consentement pour s'assurer qu'ils ont les autorisations nécessaires.

Il faudra aussi aborder la question de la titularité ou du partage de la propriété intellectuelle. En règle générale, si un chercheur universitaire ou un organisme de bienfaisance obtient tout le financement nécessaire pour créer et diffuser les balados, ce sont eux qui détiennent les droits d'auteur sous-jacents. Si le producteur de documentaires fournit aussi des fonds, le droit d'auteur peut être partagé, par exemple, à l'aide de l'une des licences de Creative Commons.

La création d'un balado demande l'enregistrement audio ou vidéo de l'entrevue ou de la discussion. Ainsi, le producteur de documentaires sera utile au chercheur universitaire et à l'organisme de bienfaisance dans la planification, l'établissement du devis, la production et la diffusion. Les dépenses de création et de mobilisation des balados devront être prévues au budget afin que les participants des différents secteurs obtiennent le financement nécessaire.

Il faudra envisager de mener des activités dans le site Web ou les pages de médias sociaux du projet pour le faire connaître au public en ligne. Les balados constituent parfois la première étape d'un processus de création d'autres médias documentaires fondés sur le savoir (vidéos courtes, longs métrages documentaires) qui nécessitent des enregistrements audio ou vidéo.

Enfin, il faudra définir clairement le rôle des participants des différents secteurs en ce qui a trait à la nature de leur association et de leur contribution au projet. Dans certains cas, il est indiqué que les collaborateurs concluent une entente officielle (p. ex., un protocole d'entente), en fonction de leurs politiques et de leurs procédures administratives internes.

Vidéos courtes

Les vidéos courtes sont des enregistrements audiovisuels distribués par des services en ligne de diffusion vidéo en continu (YouTube, Vimeo) qui peuvent être stockés numériquement à des fins de référence ou d'archive. Durant généralement de 5 à 15 minutes, les vidéos courtes constituent une forme plutôt complexe de médias documentaires fondés sur le savoir en raison de l'objectif et du public visés. De plus, leur processus de création est plus coûteux et ardu que celui des autres formes présentées précédemment.

Voici quelques-uns des processus et des problèmes dont les participants des différents secteurs devront discuter et qu'ils auront à régler avant d'entreprendre la création et la diffusion d'une vidéo courte fondée sur le savoir.

Les collaborateurs des différents secteurs devront d'abord déterminer l'objet et le thème central de la ou des vidéos,

le public cible en ligne, les principales trames narratives et le contenu nécessaire pour raconter l'histoire (personnages, lieux, matériel d'archives). Les participants des différents secteurs peuvent discuter de questions liées au tournage et au montage de la ou des vidéos, mais les décisions devraient incomber au producteur de documentaires et à l'équipe de production (scénariste, réalisateur, cadreur, monteur sonore, monteur d'images). Le producteur de documentaires secondera le chercheur universitaire et l'organisme de bienfaisance dans la planification, l'établissement du devis, la production et la distribution.

Il faudra envisager de mener des activités dans le site Web ou les pages de médias sociaux du projet pour le faire connaître au public en ligne. Les vidéos courtes constituent parfois la première étape d'un processus de création d'autres médias documentaires fondés sur le savoir (balados, longs métrages documentaires).

Encore ici, il faudra définir clairement le rôle des participants des différents secteurs en ce qui a trait à la nature de leur association et de leur contribution au projet. Dans certains cas, il est indiqué que les collaborateurs concluent une entente officielle (p. ex., un protocole d'entente).

Longs métrages documentaires

Les longs métrages documentaires visent à atteindre un vaste public par le truchement des radiodiffuseurs et des plateformes de diffusion en continu, comme Radio-Canada et ICI TOU.TV et l'Office national du film. Ils sont généralement pensés pour que leur durée corresponde aux plages horaires télévisuelles (30, 60, 90 et 120 minutes), compte tenu de la durée des publicités, des promotions d'émissions et des autres messages d'intérêt public. Des longs métrages documentaires sont également créés pour les plateformes de diffusion en continu, selon un modèle de vidéo sur demande par abonnement ou soutenu par la publicité.

En raison de l'objectif et du public visés, les longs métrages documentaires constituent une forme plus complexe de médias documentaires fondés sur le savoir que les autres formes présentées précédemment. Le processus de création et de financement est long, et il faut traverser de multiples étapes avant la sortie du film.

La première phase, celle de la recherche et du développement, permet de positionner le projet de film documentaire afin d'obtenir du financement pour la phase de la production et de la distribution. Dans un projet intersectoriel, c'est le producteur de documentaires qui sera le principal promoteur du projet, puisqu'il possède l'expérience, les compétences et le réseau professionnel nécessaires pour créer et distribuer un film qui atteindra les auditoires de la télévision et des services de diffusion en continu. Le chercheur universitaire et l'organisme de bienfaisance associés au film fondé sur le savoir

collaboreront avec le producteur de documentaires pour assurer la progression du projet d'une phase à l'autre et l'obtention d'avantages mutuels par tous les participants des différents secteurs à la fin du projet.

Avant d'entreprendre la création d'un long métrage documentaire, les collaborateurs des différents secteurs devront déterminer l'objet et le thème central du projet, le public cible à atteindre par la radiodiffusion ou en ligne, les trames narratives principales et secondaires, ainsi que le contenu nécessaire pour raconter l'histoire (personnages, lieux, matériel d'archives), la façon d'obtenir le financement nécessaire à la réalisation de toutes les phases, la promotion du film et les droits de propriété intellectuelle. Le chercheur universitaire et l'organisme de bienfaisance devront aussi comprendre de quelle façon leurs recherches et leurs activités fondées sur le savoir seront intégrées au documentaire, de façon à les faire connaître à des auditoires régionaux, nationaux et mondiaux. Toutes ces discussions mettront l'accent sur les contributions de chacun des participants au projet et sur ce qu'ils en tireront.

Ensuite, le producteur de documentaires prépare une proposition de recherche et de développement dans lequel il explique le thème central du documentaire fondé sur le savoir, la participation et les avantages de chacun des collaborateurs, le coût des activités à réaliser, le personnel créatif clé associé au projet (producteur, réalisateur, scénariste) et les sources de financement potentiel. Si tous les participants sont d'accord, ils passeront à la recherche de financement pour terminer cette phase. Dans certains cas, il est indiqué que les collaborateurs concluent une entente officielle (p. ex., un protocole d'entente), en fonction de leurs politiques et de leurs procédures administratives internes.

La phase de la recherche et du développement vise principalement à positionner le projet de film documentaire afin d'obtenir du financement pour la phase de la production et de la distribution. Parmi les activités et réalisations attendues à cette étape, mentionnons :

1. Se déplacer pour rencontrer les personnes qui pourraient figurer dans le long métrage documentaire afin de mieux les comprendre, de saisir leur connaissance du sujet, de confirmer leur participation au projet et de réaliser avec elles des entrevues filmées.
2. À l'aide de ce métrage, produire une courte vidéo de financement, non destinée à la diffusion, pour soutenir l'obtention de fonds pour la phase de la production et de la distribution. Cette vidéo peut être offerte en ligne (Vimeo, YouTube) et fournie aux bailleurs de fonds intéressés et aux partenaires potentiels.
3. Créer un site Web ou ouvrir des comptes dans les médias sociaux qui contiennent de l'information sur le projet, ce qui contribuera aussi à obtenir du financement

pour la phase de la production et de la distribution.

La proposition de production et de distribution (qui contient des renseignements sur la création, le financement et la distribution du projet de médias documentaires fondés sur le savoir) sera ensuite préparée et envoyée à des bailleurs de fonds potentiels (p. ex., radiodiffuseurs, organismes fédéraux et provinciaux du film, organismes privés de financement du cinéma, bailleurs de fonds de la recherche universitaire).

Lorsque le projet a obtenu le financement nécessaire pour la phase de la production et de la distribution, et que tous les contrats sont signés, l'équipe de production est en mesure de commencer le tournage puis le montage du film, conformément aux modalités et aux conditions dont les participants des différents secteurs et les bailleurs de fonds ont convenu.

Après la production, le long métrage documentaire est lancé à des fins de distribution. Selon le public visé, le film sera projeté dans le cadre de festivals du film, de colloques ou d'activités communautaires et peut-être au cinéma. Il est également possible de distribuer le film par l'intermédiaire de radiodiffuseurs régionaux, nationaux ou étrangers, ou de services de diffusion en continu en ligne. La mesure des effets d'un projet de médias documentaires fondés sur le savoir constitue un autre aspect important du processus de distribution. Il s'agit notamment de suivre les paramètres de mesure en ligne, les cotes d'écoute télévisuelles et l'assistance aux projections dans les différentes régions.

En cours de route, les collaborateurs des différents secteurs devront prendre en considération les éléments suivants, notamment :

1. Il est possible que les chercheurs universitaires doivent obtenir une approbation sur le plan éthique de leur établissement et les organismes de bienfaisance, une autorisation à l'interne avant le démarrage du projet de documentaire.
2. Les producteurs de documentaires feront signer leurs formulaires de consentement (personnes et lieux de tournage).
3. Il faudra discuter de la titularité de la propriété intellectuelle. Par exemple, le producteur de documentaires devra détenir les droits d'auteur sur le film et contrôler le processus créatif ainsi que le devis avant qu'un radiodiffuseur ou une plateforme de diffusion en continu acquière les droits de diffusion du long métrage documentaire. Mais si des vidéos courtes, des balados, un site Web et du contenu de médias sociaux sont créés dans le cadre du projet de médias documentaires fondés sur le savoir, le droit d'auteur peut être partagé (en vertu de l'une des licences de Creative Commons).

Là encore, il faudra définir clairement le rôle des participants des différents secteurs en ce qui a trait à la nature de leur association et de leur contribution au projet. Pendant la phase de la production et de la distribution, les collaborateurs devront conclure une entente officielle (un protocole d'entente) pour assurer la réalisation de toutes les phases du projet.

Technologies immersives d'apprentissage (réalité virtuelle et augmentée, applications, jeux)

Contrairement aux autres formes de projets mentionnées (médias sociaux, sites Web interactifs, balados, vidéos courtes, longs métrages documentaires), les technologies immersives d'apprentissage font appel à différents types de technologies numériques pour créer des médias documentaires fondés sur le savoir. Toutefois, à de nombreux égards, elles ressemblent aux longs métrages documentaires, car leur production est complexe en raison de l'objectif et du public visés, leur processus de création et de financement est long, et il faut traverser de multiples étapes (la recherche et le développement, ainsi que la production et la distribution) avant la sortie du projet.

En ce qui concerne les responsabilités et les avantages liés aux projets complexes (visées, création de contenu, droits de propriété intellectuelle, obtention du financement, distribution), nous ne répéterons pas la section portant sur les longs métrages documentaires. Nous décrirons plutôt l'utilisation possible des technologies immersives d'apprentissage pour créer des médias documentaires fondés sur le savoir — réalité virtuelle, applications et jeux.

Les technologies de réalité virtuelle (RV) et augmentée (RA) sont souvent utilisées pour créer de nouveaux mondes (visions futuristes), réinventer le temps présent ou reconstruire des environnements historiques (anciennes civilisations). Ces mondes peuvent être créés grâce à la recherche fondée sur des données probantes. Par exemple, en s'appuyant sur des données probantes historiques et archéologiques, un chercheur universitaire ou un musée recrée un modèle en RV d'un lieu ou d'un événement historique, auquel le public aura accès grâce à un casque ou à des lunettes destinés à cette fin. La RV a aussi de nombreuses applications en science et en génie.

La recherche fondée sur des données probantes permet également de créer des applications mobiles ou pour ordinateur. Par exemple, une application médicale qui aide les professionnels de la santé à comprendre l'état d'un patient, à lui prescrire un traitement et à l'informer sur l'utilisation appropriée des médicaments. Ou encore, des applications personnalisées qui servent aux enseignants pour aider les élèves à en apprendre davantage sur un sujet précis. Après le développement et la mise à l'essai d'une application, on peut y accéder en ligne à l'aide de n'importe quel appareil — téléphone, tablette, ordinateur.

Des jeux peuvent aussi être produits en vue de créer des médias documentaires fondés sur le savoir. Par exemple, les théories du jeu ont des applications dans bon nombre de domaines des sciences sociales et informatiques, puisque le jeu est lié à la science de la prise de décisions logique. Plusieurs de ces théories sont utilisées et testées pour créer des jeux destinés à l'apprentissage appliqué notamment en biologie, en économie et en relations comportementales.

Puisque les technologies immersives d'apprentissage exigent des connaissances en codage informatique, de l'équipement et des logiciels, ainsi que des interfaces graphiques, l'équipe de collaboration intersectorielle devra posséder le savoir technique et l'expérience nécessaires pour produire et distribuer ce type de médias documentaires fondés sur le savoir.

Les sources de financement destinées aux technologies immersives d'apprentissage sont aussi spécialisées. Le producteur de documentaires devra posséder l'expérience et les connaissances nécessaires pour en tirer parti. En outre, les participants des différents secteurs devront discuter des questions de droits d'auteur et de propriété intellectuelle et conclure une entente officielle pour assurer la réalisation de toutes les phases du projet.

Questions pertinentes pour toutes les formes de médias fondés sur le savoir

Il est crucial de discuter de la titularité ou du partage de la propriété intellectuelle. En règle générale, ce sont le ou les participants qui obtiennent le financement pour la création et la distribution du média documentaire qui détiendront ou partageront les droits d'auteur sous-jacents.

Si des personnes ou des animaux figurent dans le média, il est possible que les chercheurs universitaires doivent obtenir une approbation sur le plan éthique de leur établissement et les organismes de bienfaisance, une autorisation à l'interne avant le démarrage du projet. Les producteurs de documentaires devront faire signer des formulaires de consentement (personnes et lieux de tournage).

Par ailleurs, il est important de songer à créer un site Web et à ouvrir un compte de médias sociaux pour le projet, ce qui contribue à atteindre le public cible par la distribution en ligne. Dans certains cas, la création et la distribution d'une vidéo courte mènent au développement d'un long métrage documentaire. Là encore, il faudra définir clairement le rôle des participants des différents secteurs en ce qui a trait à la nature de leur association et de leur contribution au projet. Dans certains cas, il est indiqué que les collaborateurs concluent une entente officielle (un protocole d'entente), en fonction de leurs politiques et de leurs procédures administratives internes.

Partie 2 : LA COMMUNAUTÉ DE PRATIQUE DE DOCTALKS

Pour DOCTalks, les médias documentaires fondés sur le savoir sont foncièrement collaboratifs et axés sur les relations communautaires. C'est pourquoi nous proposons une démarche de communauté de pratique³ 4, pour les partenariats d'échange de connaissances et de mobilisation.

C'est à Jean Lave (spécialiste de l'anthropologie cognitive) et à Étienne Wenger (théoricien de l'éducation) que l'on doit le cadre de communauté de pratique. Ils définissent la communauté de pratique comme un groupe d'individus qui ont en commun une préoccupation ou une passion pour un sujet, et qui approfondissent leurs connaissances sur ce sujet en interagissant régulièrement⁵.

La démarche de communauté de pratique pour réaliser les types de médias documentaires proposés dans le présent document a plusieurs avantages. D'abord, elle met l'accent sur la collaboration, définie par les participants des différents secteurs qui se regroupent autour d'un intérêt commun pour faire des recherches sur des problèmes sociaux auxquels ils se butent à l'échelle locale, nationale ou internationale. Tous les participants, centraux ou secondaires, contribuent au produit final. Ensuite, ce processus d'engagement accorde la priorité à l'expérience et aux connaissances spécialisées des membres de la communauté de pratique (p. ex., production médiatique, recherche, compréhension du problème social à l'étude, expérience personnelle), considère les membres comme étant importants pour l'identité et les objectifs du groupe, et vise à miser sur leurs forces. Enfin, pour la communauté de pratique, l'interprétation que les membres font du savoir de recherche ou de l'expérience personnelle est importante pour le développement du projet médiatique. L'apprentissage collectif qui se produit au sein d'une communauté de pratique est le thème central du média fondé sur le savoir, car il sert à créer un récit commun relatif à l'enjeu à aborder.

Naturellement, la mise sur pied d'un groupe hétérogène de personnes de différents secteurs risque de donner lieu à des obstacles et de freiner la création de savoir et de pratiques pour le communiquer. DOCTalks vise donc à comprendre ces obstacles et à élaborer des stratégies pour les atténuer. Dans la section suivante, nous présentons les membres possibles d'une communauté de pratique, puis cernons les frontières culturelles possibles de chaque secteur.

3 Lave, J. et Wenger, É. 1991. *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge, Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-42374-8.

4 Wenger, É. 1998. *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge, Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-66363-2.

5 <https://wenger-trayner.com/resources/what-is-a-community-of-practice>.

Qui fait quoi dans une communauté de pratique de médias documentaires

Pour des besoins de production, de financement et de distribution de médias documentaires fondés sur le savoir, nous avons défini six groupes de différents secteurs : les producteurs de documentaires, les chercheurs universitaires, les organismes de bienfaisance, les gouvernements, les radiodiffuseurs, ainsi que les fondations et les bailleurs de fonds. Dans la présente section, nous présentons chacun des secteurs et ce qu'ils peuvent offrir à une communauté de pratique créée pour la production de médias documentaires fondés sur le savoir. Les réponses des répondants au sondage ont été reformulées pour les besoins du présent document.

Producteurs de documentaires

DOCTalks a identifié l'Association des documentaristes du Canada à titre d'association principale qui représente les producteurs de documentaires au Canada. D'autres producteurs de documentaires peuvent toutefois prendre part à des projets de médias documentaires fondés sur le savoir.

« L'Association des documentaristes du Canada (DOC) est la voix collective des cinéastes documentaristes indépendants du Canada et le plus important défenseur du documentaire au pays. Comptant plus de 800 membres, elle mène ses activités dans six chapitres d'un océan à l'autre⁶. »

Les producteurs de documentaires apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Ils possèdent de l'expérience en production de films documentaires et de contenu de médias numériques attrayants et intéressants;
- Ils ont une expertise en recherche, en arts visuels et en narration;
- Ils comprennent la structure narrative, l'accent étant mis sur les preuves tangibles et une démarche empathique envers les personnages qui marquent le documentaire et le processus de recherche dans son ensemble;
- Ils offrent une perspective externe à la recherche universitaire et posent beaucoup de questions;
- Ils aident les chercheurs universitaires et les organismes de bienfaisance à trouver des façons de se faire connaître et de mobiliser leurs connaissances et les enjeux au-delà des moyens classiques de diffusion et de promotion.
- Ils sont en mesure de déterminer différentes sources de fonds en vue de produire du contenu qui sera avantageux pour tous les participants des différents secteurs qui collaborent au projet de médias documentaires.

6 www.docorg.ca [Remarque : DOCTalks n'est pas affiliée à l'Association des documentaristes du Canada.]

Chercheurs universitaires

DOCTalks a identifié l'Association canadienne des professeures et professeurs d'université (ACPPU) à titre d'association principale qui représente les chercheurs universitaires au Canada. D'autres chercheurs peuvent toutefois prendre part à des projets de médias documentaires fondés sur le savoir.

« L'Association canadienne des professeures et professeurs d'université (ACPPU) est un porte-parole national qui représente plus de 72 000 professeurs, bibliothécaires, chercheurs et autres universitaires dans 125 universités et collèges du pays⁷. »

Les chercheurs font généralement connaître leurs constatations dans le cadre de colloques universitaires (93 %). Certains ont exploré la production de films ou de vidéo (4 %) (Gopaul et coll., 2016).

Les chercheurs universitaires apportent à une

- Ils ouvrent la porte à du financement. Depuis quelques années, le CRSH encourage les chercheurs à utiliser le cinéma documentaire à des fins de mobilisation du savoir;
- Certains chercheurs se déplacent au sein de leur région pour collaborer à des projets;
- Comme leurs recherches sont subventionnées et qu'ils reçoivent un salaire de leur université, ils ne demandent pas d'honoraires professionnels;
- Ils peuvent embaucher des étudiants à titre d'assistants de recherche s'ils reçoivent une subvention des trois Conseils*;
- Ils possèdent de l'expérience pratique relativement à la science derrière les constatations de recherche et sont tenus de respecter des normes et des pratiques déontologiques;
- Ils ont de la rigueur, et les travaux sont révisés par les pairs, ce qui assure une légitimité;
- Les universités offrent un accès à du matériel, de l'équipement et des salles de rencontres. Certaines ont des installations de production médiatique.

* L'expression « trois Conseils » désigne l'Institut de recherche en santé du Canada (IRSC), le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) et le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH). Voir la section « Financement du secteur de la recherche universitaire » ci-dessous.

Mentionnons que la plupart des bailleurs de fonds exigent la production d'un rapport sur les réalisations qui fait état des retombées du projet. Le CRSH⁸, en particulier, utilise ces rapports pour:

- promouvoir la recherche en sciences humaines et montrer comment celle-ci contribue à assurer un avenir meilleur pour le Canada et le reste du monde;

- rendre compte des retombées et des résultats des recherches qu'il finance, et montrer comment les conclusions de ces recherches servent à améliorer la qualité de vie, à enrichir l'expression culturelle et à favoriser la prospérité, l'équité et la durabilité au moyen de l'innovation;
- suivre de près le rendement de ses programmes de financement;
- faire rapport au gouvernement;
- réunir des données contribuant à l'évaluation des programmes de financement et à la prise de décisions à leur sujet.

Les médias documentaires fondés sur le savoir peuvent être pensés en fonction de ces exigences de rapport pour illustrer la façon dont les chercheurs ont utilisé les fonds octroyés et offrir un portrait concis des retombées et de l'engagement au-delà des publications savantes.

Organismes de bienfaisance⁹

DOCTalks renvoie à la définition d'« organisme de bienfaisance enregistré » et d'« organisme sans but lucratif » de l'Agence du revenu du Canada :

« Les organismes de bienfaisance enregistrés et les organismes sans but lucratif (OSBL) sont tous les deux exploités sans but lucratif. Toutefois, ils ne sont pas identiques. [...] Un organisme de bienfaisance enregistré est une œuvre de bienfaisance, une fondation publique ou une fondation privée qui est créée et qui réside au Canada. L'organisme doit consacrer ses ressources à des activités de bienfaisance et avoir des fins de bienfaisance qui visent l'une ou plusieurs des catégories suivantes :

- le soulagement de la pauvreté (banques alimentaires, soupes populaires et habitations à loyer modéré);
- l'avancement de l'éducation (collèges, universités et instituts de recherche);
- l'avancement de la religion (lieux de culte et organismes missionnaires);
- d'autres fins profitant à la collectivité (refuges pour animaux, bibliothèques et services de pompiers volontaires).

« Les organismes sans but lucratif sont des associations, des clubs ou des sociétés qui ne sont pas des organismes de bienfaisance et qui sont établis et exploités uniquement aux fins du bien-être collectif, des améliorations locales, des loisirs, du divertissement ou de toute autre activité non lucrative. Voici quelques types d'organismes sans but lucratif et des exemples de chacun :

- des groupes sociaux, récréatifs ou de loisirs (clubs de bridge, de curling ou de golf);
- certains organismes de sport amateur (associations de hockey, ligues de baseball ou de soccer);
- certains organisateurs de festival (défilés et célébrations saisonnières). »

⁷ www.caut.ca/fr.

⁸ www.sshrc-crsh.gc.ca/funding-financement/using-utiliser/achievement-realisation/reports-rapports-fra.aspx.

⁹ Agence du revenu du Canada, www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/organismes-bienfaisance-dons/faire-bienfaisance-renseignements-a-intention-donateurs/a-propos-organismes-bienfaisance-enregistres/quelle-est-difference-entre-organisme-bienfaisance-enregistre-organisme-sans-lucratif.html.

Pour les besoins de la création de médias documentaires fondés sur le savoir en collaboration intersectorielle, DOCTalks fait référence aux «organismes de bienfaisance» qui ont un numéro d'enregistrement émis par l'Agence du revenu du Canada, comparativement aux organismes sans but lucratif, qui n'en ont pas. Toutefois, cette situation n'empêche pas des organismes sans but lucratif de participer à des projets de médias documentaires fondés sur le savoir.

Les organismes de bienfaisance apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Ils sont engagés dans la compréhension et la résolution d'enjeux sociaux que le public a à cœur;
- Ils ont des histoires captivantes à raconter sur leurs contributions aux communautés qu'ils servent;
- Ils ont déjà établi des collaborations intersectorielles (gouvernements, chercheurs universitaires);
- Leur statut fiscal leur permet de chercher du financement d'une variété de sources pour créer des médias documentaires (gouvernements, fondations, donateurs).

Gouvernements

Le Canada compte différents ordres de gouvernement (fédéral, provincial, territorial, municipal, autochtone) et types d'organes gouvernementaux (ministères, organismes, agences, programmes). DOCTalks renvoie aux ordres de gouvernement tels qu'ils sont définis par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada, mais reconnaît que de nombreux organes gouvernementaux peuvent participer à la création, au financement et à la mobilisation de médias documentaires fondés sur le savoir.

Les gouvernements apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Ils comprennent et abordent des enjeux de société que le public exige et qui sont importants pour le gouvernement et ses politiques (ministères, organismes, agences, programmes);
- Ils interagissent avec les citoyens et les publics cibles en produisant du contenu médiatique documentaire fondé sur le savoir qui met en évidence des enjeux de société (sociaux, culturels, économiques, environnementaux) et des activités qui aborderont les difficultés et les occasions ou avantages liés à un enjeu;
- Ils travaillent déjà avec des participants de divers secteurs (producteurs de documentaires, chercheurs universitaires, organismes de bienfaisance, radiodiffuseurs, fondations) qui collaborent à la résolution de problèmes de société à l'aide des médias documentaires fondés sur le savoir et leur offrent du financement.

Radiodiffuseurs¹⁰

DOCTalks renvoie aux radiodiffuseurs autorisés par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) à être exploités en vertu de la Loi sur la radiodiffusion du Canada. Cette définition n'exclut pas les radiodiffuseurs étrangers ni les autres plateformes de distribution de contenu médiatique.

Le CRTC reconnaît « les services de différents types de radiodiffuseurs, y compris ce qui suit :

- Services en vertu de l'alinéa 9(1)h : Il s'agit de services qui bénéficient d'une ordonnance de distribution obligatoire en vertu de l'alinéa 9(1)h de la Loi sur la radiodiffusion. Le Conseil exige la distribution obligatoire de ces services parce que la programmation qu'ils offrent est importante pour l'atteinte de certains objectifs prévus par la Loi. Exemples : CBC, Ici Radio-Canada télé, APTN;
- Stations en direct : Plusieurs stations sont disponibles en direct. Elles incluent généralement une quantité importante de programmation locale. Exemples : TV Ontario, Knowledge Network;
- Télévision communautaire : Les canaux de programmation communautaire sont généralement exploités par des stations de télédiffusion en direct ou par des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) terrestre comme les câblodistributeurs. La télévision communautaire est un service qui offre des émissions produites localement reflétant une communauté et un accès au système de radiodiffusion par des membres de la communauté. Exemples : CHCO à St. Andrews, au Nouveau-Brunswick et CIMC à Arichat, en Nouvelle-Écosse;
- Services facultatifs : Les services facultatifs sont des services autres que ceux des stations de télévision généraliste pour lesquelles une ordonnance en vertu de l'alinéa 9(1)h a été octroyée et selon laquelle ils doivent être distribués au service de base, y compris le service de nouvelles nationales et les services de sports d'intérêt général. Autorisés en tant que services facultatifs, ces services font toutefois l'objet de conditions additionnelles liées à leur licence, laquelle est unique à ces services et ne s'applique pas à d'autres services facultatifs. Autre exemple : chaînes spécialisées;
- Programmation à caractère ethnique et de langue tierce : Un service à caractère ethnique consacre au moins 60 % de sa programmation de la semaine de radiodiffusion à des émissions à caractère ethnique. Les émissions à caractère ethnique sont des émissions dans une langue quelconque, qui sont précisément destinées à un groupe distinct sur le plan de la culture ou de la race, autre que les Canadiens autochtones ou que les groupes de la France ou des îles Britanniques. Exemples : Omni Television, Telelatino;
- Services de vidéo sur demande : Les services de vidéo sur demande sont disponibles auprès des fournisseurs de services, comme les entreprises par câble ou par satellite et sont de plus en plus offerts sur Internet. De tels services, offerts par les EDR, permettent aux abonnés de choisir les émissions qu'ils veulent regarder. Exemples : Crave, Super Channel;

¹⁰ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, <https://crtc.gc.ca/fra/television/services/types.htm>.

- Télévision à caractère religieux : Un service autorisé à offrir principalement une programmation religieuse. Exemple : The Miracle Channel. »

Les radiodiffuseurs apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Ils peuvent s'assurer que le contenu diffusé répond aux besoins et aux intérêts des Canadiennes et des Canadiens en présentant sur diverses plateformes des productions d'ici de qualité supérieure qui proviennent de différentes sources;
- Ils appuient la carrière et le perfectionnement des talents canadiens en veillant à ce que les artistes soient en mesure de :
 - o créer du contenu pour les auditoires d'ici et d'ailleurs,
 - o obtenir du soutien financier,
 - o promouvoir leurs créations;
- Ils offrent du temps d'antenne et des installations de production;
- Ils acquièrent des droits de diffusion qui déclenchent d'autres options de financement;
- Ils favorisent le contenu local;
- Ils connaissent les pratiques commerciales de la distribution et de la radiodiffusion de contenu.

Fondations et bailleurs de fonds

DOCTalks a divisé le groupe des fondations et des bailleurs de fonds en trois catégories qui touchent : les fondations publiques et privées, les chercheurs universitaires et les producteurs de documentaires.

i) Financement du secteur des fondations publiques et privées

DOCTalks désigne quatre organismes formés de membres qui représentent les fondations publiques et privées au Canada. Les fondations qui ne sont pas membres de ces organismes ne sont toutefois pas exclues.

Fondations communautaires du Canada (FCC) croit « en un avenir florissant, un avenir juste et durable, un avenir qui n'est pas le statu quo ». Il bâtit « un mouvement qui relie les fondations communautaires, les partenaires et les Canadiens, afin que cet avenir devienne une réalité. [...] FCC est un réseau de 191 fondations locales œuvrant à travers le pays. Par l'entremise d'initiatives locales et de partenariats, Fondations communautaires du Canada travaille à provoquer des changements systémiques sur les enjeux importants aux yeux des Canadiens¹¹ ».

Fondations philanthropiques Canada est « une association de membres composée de fondations privées et publiques, d'organismes de bienfaisance et d'entreprises constitués au Canada ». Elle appuie ses « membres et la philanthropie organisée en favorisant l'adoption de politiques publiques qui soutiennent le secteur, en faisant mieux connaître la contribution de la philanthropie au bien-être des Canadiens et en offrant aux bailleurs de fonds philanthropiques des

occasions d'apprendre les uns des autres ». L'association offre « une voix au mouvement de la philanthropie organisée, [contribue] à bâtir un réseau professionnel pour [ses] maîtres à penser, et [fait] connaître les bonnes pratiques¹² ».

Financeurs en environnement au Canada (anciennement le Réseau canadien des subventionneurs en environnement) est un réseau de bailleurs de fonds inspirés par leur vision d'un Canada durable et respectueux de l'environnement qui travaillent pour faire croître les retombées de la philanthropie à l'appui de cette vision. L'organisme regroupe « des fondations privées, publiques, communautaires et d'entreprise, qui partagent un désir d'apprendre, de collaborer et de mobiliser des ressources afin de réaliser des priorités communes¹³ ».

« Le Cercle sur la philanthropie et les peuples autochtones au Canada est un organisme de réseautage qui vise à promouvoir les activités de don, de partage et de philanthropie au sein des communautés autochtones de partout au pays et à soutenir le développement des communautés des Premières Nations, inuites et métisses, en vue d'un avenir meilleur et plus sain¹⁴. »

Les fondations apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Elles ont une grande variété de mandats qui leur permettent d'agir à l'égard d'enjeux de société qui les intéressent, de les comprendre et d'avoir des incidences sur ceux-ci;
- Elles ont déjà établi des collaborations avec différents secteurs et leur fournissent du financement (chercheurs universitaires, organismes de bienfaisance);
- Elles ont besoin de faire connaître leurs activités à vocation sociale au grand public et à divers groupes cibles;
- Elles forment un groupe hétérogène de bailleurs de fonds caritatifs enregistrés qui contribuent au financement de donataires reconnus de tout le pays;
- Elles travaillent à plusieurs projets en même temps en les commanditant ou en les finançant;
- Elles ont des réseaux d'organismes et de particuliers qui œuvrent sur le terrain, ainsi que d'autres fondations et de leaders d'opinion qui se consacrent à des enjeux semblables aux leurs;
- Certaines adoptent une démarche systémique et sont en mesure de replacer l'enjeu d'intérêt dans son contexte général.

¹² Fondations philanthropiques Canada, <https://pfc.ca/fr>.

¹³ Financeurs en Environnement au Canada, <https://environmentfunders.ca>.

¹⁴ Cercle sur la philanthropie et les peuples autochtones au Canada, www.the-circle.ca.

¹¹ Fondations communautaires du Canada, www.communityfoundations.ca/fr.

ii) Financement du secteur de la recherche universitaire¹⁵

DOCTalks désigne trois organismes de financement de la recherche chapeautés par Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les autres organismes de financement de la recherche, du Canada ou d'ailleurs, ne sont toutefois pas exclus.

« Le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH), le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) et les Instituts de recherche en santé du Canada (IRSC) appuient et favorisent la recherche de haute qualité dans une vaste gamme de disciplines et de domaines.

Les demandes présentées au CRSH, en tant que source principale d'appui à la recherche ou à la formation en recherche, doivent satisfaire aux critères suivants :

1. le programme de recherche doit relever, avant tout, du domaine des sciences humaines (conformément au mandat du CRSH, tel qu'il est prescrit par la loi);
2. les résultats prévus de la recherche doivent, avant tout, accroître les connaissances sur l'être humain, les groupes et les sociétés — leur façon de penser, de vivre et d'interagir entre eux et avec le monde.

Les demandes présentées au CRSNG, en tant que source principale d'appui à la recherche ou à la formation en recherche, doivent satisfaire aux critères suivants :

1. le programme de recherche doit s'inscrire principalement dans les domaines des sciences naturelles ou du génie, à l'exclusion des sciences de la santé (il doit cadrer avec la mission du CRSNG énoncée dans la Loi sur le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie);
2. la recherche doit viser principalement l'avancement des connaissances dans l'un des domaines des sciences naturelles ou du génie.

Les demandes présentées aux IRSC, en tant que source principale d'appui à la recherche ou à la formation en recherche, doivent satisfaire au critère suivant :

1. conformément au mandat des IRSC, on s'attend principalement à ce que les résultats de la recherche améliorent la santé ou aient une incidence sur la santé, ou encore qu'ils permettent d'offrir de meilleurs produits et services de santé ou de renforcer le système de santé au Canada. »

Les organismes de financement de la recherche apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Ils encouragent et alimentent un environnement qui soutient et promeut la conduite responsable de la recherche;
- Ils veillent à la prise en charge efficace des conflits d'intérêts de tout participant au processus de revue;
- Ils informent le public au sujet des bourses et des subventions octroyées, des programmes de soutien à la recherche et de formation en recherche, ainsi que des retombées des recherches menées au sein des établissements d'enseignement ou des installations financées par les trois Conseils (CRSH, CRSNG, IRSC).

Les trois grands organismes fédéraux de financement de la recherche soutiennent les collaborations et les partenariats intersectoriels¹⁶.

iii) Financement du secteur du film documentaire

DOCTalks a relevé une variété d'organismes fédéraux, provinciaux et privés qui offrent du financement à des projets de médias documentaires. Les autres sources de financement du documentaire, du Canada ou d'ailleurs, ne sont toutefois pas exclues.

« [On] ne peut douter du dynamisme du secteur documentaire en constatant l'enthousiasme des cinéastes adoptant les transformations numériques globales pour produire des contenus destinés à des plateformes en expansion, signe évident de leur inventivité et de leur résilience¹⁷. »

Pour le financement de leurs travaux, les producteurs indépendants de documentaires ont également accès aux crédits d'impôt et subventions fédéraux, provinciaux et territoriaux, aux droits de diffusion payés par les télédiffuseurs (CBC/Radio-Canada, TV Ontario, Knowledge Network) et les plateformes Web comme Telus Storyhive et Optik, aux fonds d'organismes publics (Fonds des médias du Canada, Téléfilm Canada), à des participations au capital par des bailleurs de fonds privés (Fonds documentaire Rogers, Fonds Bell), aux programmes de l'Office national du film du Canada, aux avances de distributeurs, au soutien de fondations et aux commandites d'entreprises.

La distribution se fait généralement sur les chaînes et les plateformes des télédiffuseurs comme CBC Gem, Tou.tv, Crave, Arte Webdocs, mais aussi sur des plateformes Web comme Telus Storyhive, YouTube, Vimeo, AmazonPrime Video et Netflix.

Les organismes de financement du documentaire apportent à une communauté de pratique les éléments suivants :

- Ils font en sorte que les expressions artistiques et le contenu culturel canadiens soient créés et accessibles au pays et à l'étranger;
- Ils veillent à ce que la population canadienne et l'industrie audiovisuelle atteignent leurs objectifs sociaux, culturels et économiques;
- Ils permettent l'essor et le développement de créateurs talentueux;
- Ils encouragent la qualité et la diversité des films et du contenu de médias numériques canadiens, et permettent que ceux-ci rejoignent de vastes auditoires, au pays et à l'étranger;
- Ils constituent, préservent et diffusent une collection de films et de contenu de médias numériques canadiens pour le public d'ici et d'ailleurs.

¹⁵ Gouvernement du Canada, Innovation, Sciences et Développement économique Canada, http://www.science.gc.ca/eic/site/063.nsf/fra/h_FEE7261A.html.

¹⁶ www.sshrc-crsh.gc.ca/about-au_sujet/partnerships-partenariats/index-fra.aspx.

¹⁷ Association des documentaristes du Canada, *Toute la vérité*, 6^e éd., <https://3.ly/a74Co>.

Partie 3 : CE QUE LES COLLABORATEURS DOIVENT SAVOIR

Façon de travailler des différents secteurs

La production de médias documentaires est déjà une activité de collaboration, mais les partenariats intersectoriels présentent parfois des difficultés supplémentaires. Il arrive que les participants des différents secteurs cherchent à atteindre leurs propres objectifs, qui sont en contradiction avec ceux des autres. Par exemple, des bailleurs de fonds qui veulent mettre en lumière leur travail et ses retombées, des radiodiffuseurs à la recherche de contenu qui aura de bonnes cotes d'écoute et qui générera des revenus, des organismes de bienfaisance qui souhaitent être reconnus pour leurs œuvres, des chercheurs qui ont besoin de données objectives, un gouvernement qui désire que les enjeux, les politiques et les programmes soient mis de l'avant ou des producteurs de documentaires qui veulent raconter une bonne histoire.

Tous ces objectifs ne sont pas nécessairement incompatibles, mais il est possible qu'ils soient difficiles à atteindre s'il n'y a pas une compréhension commune des besoins et des exigences de chaque collaborateur en matière de création, de financement et de mobilisation des différents types de contenu et de projets de médias documentaires fondés sur le savoir. Dans la présente section, nous formulons des observations tirées des réponses au sondage à propos de ce que les participants doivent savoir au sujet des collaborateurs de leur communauté de pratique avant de se lancer dans la création de médias documentaires fondés sur le savoir. Toutes les réponses sont anonymes. Elles ont été traduites de l'anglais à partir de la transcription mot à mot des réponses.

Producteurs de médias documentaires

- Ça prend plus de temps pour établir des relations et la confiance entre des partenaires de différents secteurs, parce que chaque secteur et chaque partenaire ont différentes façons de fonctionner à l'interne et à l'externe. Il faut être patient.
- Il faut que la production, dans sa structure, soit agréable à regarder et que l'intrigue maintienne l'intérêt du spectateur. Le contenu technique (son et image) doit être de la meilleure qualité possible, et le montage doit être du plus haut niveau.
- Respect des différents critères d'admissibilité des organismes de financement (fédéraux, provinciaux, privés). Propriété du droit d'auteur pour certains types de contenu documentaire. Polices d'assurance aux différentes étapes du processus de réalisation du projet.
- La recherche, le développement, la production et la distribution d'un projet documentaire peuvent prendre plusieurs années, avant un lancement dans des festivals ou des conférences, à la télé, en streaming, dans des sites Web, dans les médias sociaux, etc.

Chercheurs universitaires

- Ils vont vouloir étudier en quoi le film correspond à leurs objectifs de recherche.
- Même si les universités tendent de plus en plus vers la commercialisation et l'entrepreneuriat, certains chercheurs sont très méfiants envers la commercialisation et ne veulent pas contribuer à la création d'un produit qui sera mis en marché.
- Ils créent des occasions d'échange de connaissances, d'expériences pédagogiques et de formation pour les étudiants à la maîtrise et au doctorat.
- Ils veulent que les membres de la communauté comprennent comment on peut appliquer les méthodes de leur discipline aux enjeux de société. Aussi, ils cherchent à rendre leurs recherches accessibles tout en éduquant le grand public sur la façon de mener des recherches.
- Il faut suivre les politiques des trois Conseils sur l'éthique en recherche.
- Si le projet documentaire est fondé sur la recherche, il faudra qu'il y ait une évaluation éthique à l'université.

Organismes de bienfaisance

- Leurs ressources (personnel, bénévoles, installations, fonds) sont limitées, donc ils sont prudents avant d'entreprendre un nouveau projet.
- Ils doivent protéger leurs activités de service principales, leur statut fiscal et les relations avec les donateurs, donc, tout nouveau projet devra exploiter de nouvelles sources de financement.
- Ils veulent raconter des histoires qui parlent d'une activité de service qu'ils offrent, qui répond à un besoin public et qui interpellera le public.
- Ils ont parfois accès à différents publics cibles (local, régional, national, international) par leurs affiliations et leurs partenariats internes et externes.

Gouvernements

- À tous les ordres de gouvernement, il y a beaucoup de ministères, d'organismes et d'agences qui doivent atteindre leurs objectifs de politiques et de programmes.
- Ils ont parfois besoin de stratégies de communication pour atteindre leurs objectifs stratégiques et les auditoires cibles en collaborant avec des partenaires de différents secteurs (organismes de bienfaisance, chercheurs, producteurs de documentaires) qui ont des intérêts et des objectifs semblables (sur le plan social, culturel, économique, environnemental, etc.).

Radiodiffuseurs

- Les radiodiffuseurs exigent que ce soient les producteurs du documentaire qui détiennent les droits d'auteur et qui contrôlent le contenu. Pour acquérir des droits de diffusion, ils demandent aussi que le producteur respecte les normes et les pratiques journalistiques, qu'il prenne la responsabilité des erreurs et des omissions, et qu'il soit une société à but lucratif de propriété canadienne.
- Il faut parfois que les devis de production et le financement de projets documentaires répondent à des exigences seuils en matière de droits de diffusion.

- Les droits de diffusion déclenchent du financement d'autres sources.
- Les radiodiffuseurs communautaires cherchent une contribution financière ou la commandite de projets pour maintenir leurs services.
- Les pitches aux radiodiffuseurs doivent à la fois présenter un intérêt journalistique et artistique, tout en correspondant aux valeurs du radiodiffuseur.
- Pour qu'une production soit approuvée, il faut qu'il y ait des scénaristes ou des techniciens d'expérience qui y participent.
- Ils doivent être sûrs que le projet de médias documentaires va être prêt à temps et qu'il va respecter les normes techniques et de contrôle de qualité.

Fondations et bailleurs de fonds

- Au Canada, il faudrait utiliser plus le rôle de « production d'impact », car il a le potentiel de lier les projets.
- Les bailleurs de fonds (comme les fondations, les organismes gouvernementaux) sont parfois limités par ce qu'ils peuvent faire ou financer en fonction de la source du financement.
- Les organismes de financement ne considèrent pas toujours que les contributions en nature soient admissibles.
- Ce sont les exigences réglementaires fédérales et provinciales (l'Agence du revenu du Canada, les différents ministères) qui guident les décisions de financement.
- Ils concluent des accords ou des protocoles d'entente avec des partenaires et des organismes créatifs pour assurer le respect de leurs politiques administratives internes.
- Les subventions et le financement doivent être approuvés par du personnel désigné, des comités et des conseils d'administration.

Difficultés connues

Pour créer des médias documentaires fondés sur le savoir en suivant une démarche intersectorielle, les participants doivent très bien comprendre plusieurs étapes et processus. Ceux-ci sont présentés ci-dessous.

Il faudra faire appel à un producteur de documentaires qui supervisera le processus de production. Mais il est possible que le partenaire qui lance ou dirige le projet ne soit pas un producteur. Dans de nombreux cas, par exemple, il pourrait s'agir de chercheurs universitaires qui souhaitent faire connaître et mobiliser le savoir de recherche, ou un organisme de bienfaisance qui a une histoire singulière à raconter sur ses activités. Dans d'autres cas, le producteur de documentaires proposera un projet à un chercheur ou à un organisme de bienfaisance. La première étape du processus consiste donc en la détermination des principaux participants parmi ceux des différents secteurs.

Précisons dans la même veine qu'il est crucial que tous les participants des différents secteurs respectent et comprennent la contribution possible et réelle des autres à la création du contenu médiatique documentaire fondé sur

le savoir. Il faut être à l'aise avec les autres et s'entendre sur les raisons qui poussent chacun à contribuer : ce sera la première difficulté. Mais les participants des différents secteurs devront discuter de nombreux processus et écueils ainsi que les régler au sein de la communauté de pratique de médias documentaires fondés sur le savoir. Voici un aperçu des expériences avec lesquelles les participants des différents secteurs ont dû composer dans le cadre de projets. Toutes les réponses sont anonymes. Elles ont été traduites de l'anglais à partir de la transcription mot à mot des réponses. Il est également à noter que ces commentaires sont ceux des répondants au sondage et qu'ils ne reflètent pas nécessairement le point de vue de DOCTalks.

Producteurs de médias documentaires

- Les ententes de propriété intellectuelle et de droits d'auteur sont la responsabilité des producteurs (plutôt que des radiodiffuseurs).
- Les bailleurs de fonds des universités préfèrent financer le perfectionnement des étudiants. C'est donc vraiment difficile d'embaucher des professionnels. Ils s'attendent aussi à ce que les professionnels travaillent à un projet de recherche gratuitement ou à un tarif très faible. On dirait qu'ils ne comprennent pas que le documentariste ne reçoit pas de salaire en dehors de son travail de documentariste.
- La déontologie universitaire est particulièrement problématique lorsque les choses commencent à changer sur le terrain. Les cinéastes documentaires sont très doués pour s'adapter en fonction du déroulement de l'histoire. Les chercheurs sont pris dans un plan prédéterminé. Aussi, ils aiment mener de très longues entrevues en suivant un questionnaire établi. Ça donne beaucoup de matière brute et de métrage à transcrire.
- Le formulaire d'autorisation normal qu'un participant à un film doit signer est simple comparativement à celui d'un chercheur, qui a souvent plusieurs pages.
- Les protocoles d'entente sont souvent utiles, mais il faut faire attention, car ils menotent parfois la production.

Chercheurs universitaires

- Les universités, les gouvernements et les fondations demandent beaucoup de temps. Ça prend du temps pour présenter une demande de financement, créer un dossier et remplir puis traiter toute la paperasse bureaucratique.
- Parfois, les universités veulent avoir le contrôle des droits d'auteur. Il faut travailler avec le syndicat des enseignants pour garder le contrôle ou permettre au producteur de garder le contrôle¹⁸.
- Les bureaux de recherche des universités n'ont pas toujours de l'expérience en administration d'un projet de film. Il y a donc parfois des écarts entre la réalité des dépenses et les remboursements exigés.
- Les bailleurs de fonds des universités ont besoin de voir que la collaboration, c'est la recherche, un élément qui n'est pas couvert dans la politique 2 des trois Conseils. Cette situation

¹⁸ Un autre répondant a fait remarquer que tous les établissements ont des exigences différentes en ce qui a trait au droit d'auteur et à la propriété intellectuelle. « Plutôt que de

a des conséquences importantes pour les chercheurs, par exemple, la façon de rendre compte des collaborations dans les évaluations de recherche annuelles, les évaluations de titularisation et de promotion, etc. Si la convention collective du personnel enseignant appuie les travaux médiatiques ou créatifs, c'est un bon début.

- Le financement de la recherche n'est pas facile à combiner avec les sources habituelles de financement de la production documentaire : les droits de diffusion, le Fonds des médias du Canada, les crédits d'impôt, etc. Ça relègue les documentaires de recherche à la catégorie des projets à petit budget distribués en ligne, ce qui diminue la qualité des productions et limite beaucoup le public potentiel.

Radiodiffuseurs

- Même si on pourrait normalement considérer les radiodiffuseurs comme la dernière étape de la production d'un documentaire, ils veulent jouer un rôle dès le début et pendant toutes les phases de développement et de production.
- Parfois, les chercheurs et les organismes de bienfaisance portent moins attention aux aspects artistiques et aux normes professionnelles auxquels les radiodiffuseurs s'attendent.
- Les producteurs doivent collaborer étroitement avec les radiodiffuseurs pour s'assurer que tous les documents sont exacts et remplis à temps pour éviter les retards dans le financement.
- Pour que les radiodiffuseurs participent au projet, il faut que le documentaire présente un intérêt pour les auditoires d'Amérique du Nord, qu'il fasse la promotion de la diversité des voix et des histoires, et qu'il satisfasse aux principes directeurs en ce qui concerne le format, les crédits de financement, etc.

Fondations et bailleurs de fonds

- Les fondations hésitent souvent à soutenir des travaux qu'elles n'ont jamais vus. Compte tenu du cycle de financement d'une production, cela représente une difficulté.
- Les projets qui coûtent plus qu'un certain montant ou qui présentent plus d'une fondation doivent parfois être approuvés par le conseil des fiduciaires.
- Téléfilm, le Fonds des médias du Canada et les programmes de crédits d'impôt fédéraux et provinciaux... Même s'ils se ressemblent, les contrats et les formulaires de demande sont assez différents pour que chacun doive être rempli séparément.

Atténuer les différences entre les secteurs

Dans la section précédente, nous avons mentionné quelques-unes des difficultés auxquelles les collaborateurs des différents secteurs se butent dans la production de médias documentaires fondés sur le savoir. Nous présentons maintenant les suggestions des répondants pour y remédier. Nous les divisons en quatre catégories : production et contenu, propriété intellectuelle, financement, ainsi que collaboration et rétroaction.

contourner les universités, nous collaborons avec elles », précise-t-il.

Production et contenu

- Il faut établir dès le départ la façon dont les décisions seront prises sur le plan de la création. C'est étroitement lié à la propriété intellectuelle et au droit d'auteur. Qui sera le titulaire ? Ce sont des discussions importantes à avoir avec ses collaborateurs en début de projet.
- La collaboration et la consultation, c'est bien, mais, trop de cuisiniers, ça gâte la sauce. Il faut nommer les responsables des décisions.
- Qui raconte l'histoire ? Il faut que ce soit son histoire qui est racontée. Songez à inclure les autres voix qui devraient être entendues. Assurez-vous que les faits présentés sont exacts.
- La recherche peut donner beaucoup de matériel digne d'intérêt. Un film doit raconter une histoire dans une limite de temps donnée et garder l'intérêt de l'auditoire. C'est douloureux, mais il faudra sacrifier du matériel.
- Les producteurs embauchent souvent un comptable de production, et c'est une bonne idée. Il faut s'assurer d'avoir les fonds nécessaires pour couvrir toutes les dépenses accessoires.
- Si un produit est seulement distribué en ligne, les dépenses liées aux vérifications de droits et les coûts connexes seront moins élevés que s'il est destiné à la télévision¹⁹.
- Il faut penser à la diffusion dès le début de la production du contenu pour prévoir un devis suffisant.

Propriété intellectuelle et droit d'auteur

- À qui appartient quoi ?
- Dans le monde de la collecte d'information, les cinéastes documentaires et les chercheurs sont les deux prédateurs au sommet de la chaîne. Ils veulent montrer que ce sont eux les responsables de l'exactitude et de la présentation des travaux finis. Seule solution : l'un doit s'en remettre à l'autre dans un esprit de collaboration et de confiance mutuelle, le tout dans le cadre d'un contrat bien rédigé.
- Il faut clarifier dès le départ qui sera le « propriétaire » des résultats créatifs du projet et de tout matériel qui lui est lié. Qui tiendra le tout à jour ? Qui l'hébergera ?
- Il est possible qu'il y ait des présomptions de titularité selon la personne qui a suggéré le projet et qui sont les collaborateurs. C'est important de discuter de ces questions-là en toute transparence pour que tout le monde soit sur la même longueur d'onde.

Financement

- Faites attention aux dépenses supplémentaires qui découlent de la collaboration ou de retards dans le processus de production du film.
- La séparation entre les bailleurs de fonds et le contenu contribue à conserver l'intégrité éditoriale de la production.
- Qui sont les bailleurs de fonds et combien chacun a-t-il versé au documentaire ? L'un des bailleurs de fonds ou son représentant apparaîtra-t-il à l'écran ?
- Les organismes de financement sont plus susceptibles de financer un vaste projet de médias documentaires si un cinéaste ou un producteur chevronné y est lié.
- Qui a le dernier mot en ce qui concerne le financement et le lancement du produit fini ?

¹⁹ Un autre répondant a toutefois indiqué que ce n'était pas nécessairement vrai : « Par exemple, il y a des documentaires à grand budget commandés par des services de diffusion en continu comme Netflix et Gem ».

Collaboration et rétroaction

- Tous les collaborateurs doivent être conviés à la table et y rester. Il ne doit pas y avoir d'ambiguïté quant aux questions à aborder. Clarté et compréhension, voilà la clé.
- Déterminez qui peut travailler à distance, s'il y a lieu.
- Il peut être utile de rencontrer un cadre de production du radiodiffuseur pour obtenir ses commentaires avant de présenter une proposition.
- Il faut communiquer et comprendre les besoins de chacun des partenaires. Il faut écouter toutes les voix.
- Discutez bien des détails avant de faire tourner les caméras. Ça évitera beaucoup de remontage.
- Il est important de comprendre les normes professionnelles de chacun. Soyez prêt à composer avec ces conflits.
- Toutes les parties doivent être prêtes à faire des compromis quant au contrôle du message et de la création, ainsi que sur la vitesse de la production.
- Ça prend du temps et de la patience pour en arriver à un consensus.
- Dressez un calendrier : les différents organismes de financement n'ont pas les mêmes dates de dépôt des demandes.
- Ne sous-estimez pas le temps que ça peut prendre avant qu'une décision soit prise.
- C'est douloureux, mais il faut sacrifier du matériel documentaire pour créer les histoires et les récits les plus captivants.

Partie 4 : ÉTHIQUE ET PARTENARIATS

Comme dans le cas de toutes les initiatives de recherche, un certain nombre de problèmes surgiront concernant le traitement approprié des participants dans les projets de médias documentaires fondés sur le savoir. Dans cette dernière section du rapport, nous présentons les réponses à deux questions du sondage qui nous donnent un aperçu de la question de l'éthique dans la narration de médias fondés sur le savoir. Au fil de l'émergence de nouveaux projets intersectoriels, DOCTalks continuera à dresser l'état des lieux pour faire écho aux nouvelles pratiques et à leur évolution.

Question 1 : De quelle façon votre secteur applique-t-il les principes d'éthique pour protéger les gens, les lieux et les objets qui apparaissent dans vos projets de documentaires ?

- Convention d'autorisation et recherche.
- Les protocoles d'entente doivent être très précis quant aux rôles et aux responsabilités, et favoriser la compréhension commune des attentes au cours de la collaboration.

- C'est une grande question. Un bon film documentaire entraîne parfois l'indignation ou l'objection chez quelqu'un. Si c'est le cas, cette personne peut-elle empêcher que le film soit vu ?
- Il faut faire des vérifications du casier judiciaire et des antécédents en vue d'un travail auprès de personnes vulnérables. Tous les participants doivent comprendre parfaitement la nature de leur participation, par une proposition claire qui précise les objectifs et les incidences potentielles.
- Lignes directrices des trois Conseils et autres types d'évaluation éthique (communautés autochtones²⁰, conseils scolaires, etc.)
- Clause type de responsabilité et d'indemnisation dans les contrats. C'est au producteur qu'il revient d'assurer l'exactitude.
- Un dialogue honnête et ouvert est indispensable. Tenez compte des suggestions à propos de ce que le public veut voir plutôt que de vous en remettre uniquement au producteur.
- Il faut tenir compte des questions sur l'appropriation culturelle, en particulier si le film porte sur des communautés qui ont fréquemment été des sujets de recherche dans le passé et dont le savoir culturel a été diffusé sans leur autorisation.
- Il est important que les partenaires et les collaborateurs comprennent les exigences du Comité d'éthique de la recherche (CER). Souvent, les producteurs de documentaires pensent qu'il est suffisant d'obtenir le consentement une fois au début, ce qui pose problème quand un participant à la recherche veut se retirer du projet par la suite²¹.
- En tissant des liens avec tous les participants et avec les territoires, les communautés, etc. C'est un processus permanent.
- Même si la force du récit constitue la base du succès de beaucoup de documentaires, il faut raconter l'histoire dans le respect des participants, ce qui a à son tour une incidence sur l'arc narratif.
- Les définitions et les exigences de conduite éthique varient selon le secteur. Comme les autorisations, la formation, etc. Ici aussi, une communication ouverte et une proposition claire qui précise les procédés à suivre permettront d'établir ce que ces procédés doivent être dans un projet collaboratif.

20 Voir par exemple le guide Protocoles et chemins cinématographiques publié en mai 2019 par imagineNATIVE et le Bureau de l'écran autochtone (<https://telefilm.ca/wp-content/uploads/ospp-guide-fr.pdf>).

21 Note de la rédaction : Certains répondants issus d'universités ont souhaité préciser que le processus de consentement régi par le CER n'était pas négociable.

Question 2 : Comment assurez-vous la représentation exacte du savoir communautaire ou de l'expérience locale et de la recherche scientifique ?

- Évaluations à plusieurs échelons, vérification des faits dans les limites du raisonnable compte tenu du personnel restreint, des connaissances du producteur.
- Bonne recherche, vérifications préalables auprès des autorités et de la communauté et, parfois, approbation d'un avocat.
- En trouvant des personnes à interviewer qui sont des spécialistes locaux sur le sujet.
- Chaque collaborateur se charge de l'examen de ses propres composantes.
- Respect des codes de conduite ainsi que des normes et des pratiques journalistiques, selon les exigences des coproducteurs, des radiodiffuseurs ou des distributeurs.
- C'est le radiodiffuseur qui approuve les projets et les équipes. Il visionne les premiers montages et les montages finaux, et demande des changements.
- Les distributeurs présumant que le producteur a cherché à obtenir un genre d'examen par les pairs.
- Il faut respecter les règles de l'industrie, comme les normes de la radiotélévision.
- Les obligations juridiques ou contractuelles. Et l'intégrité personnelle.
- En vérifiant les sources des recherches et en contre-vérifiant les affirmations des participants.
- Il est parfois nécessaire d'établir un processus d'examen par les pairs relativement aux productions médiatiques documentaires fondées sur le savoir.

Partie 5 : PROCHAINES ÉTAPES

Le Guide DOCTalks vise d'abord et avant tout à établir un processus d'engagement et ainsi favoriser les relations positives entre les collaborateurs des différents secteurs dans la création et le financement de projets de médias documentaires fondés sur le savoir qui peuvent être mobilisés et distribués auprès de différents auditoires — à l'échelle locale, régionale, nationale et internationale.

Comme nous le soulignons précédemment, il existe de nombreuses occasions de collaboration intersectorielles d'un bout à l'autre du pays, mais elles présentent néanmoins certaines difficultés. Pour veiller à ce que DOCTalks soit en mesure de répondre aux attentes des différents secteurs et de gérer les relations entre ceux-ci tout en encourageant une participation accrue au processus d'engagement, nous préconisons l'adoption d'une démarche « à petite vitesse » au cours des deux prochaines années.

Nous considérons le Guide DOCTalks comme un outil qui vise à renforcer les collaborations intersectorielles. Il aidera les participants des différents secteurs à mieux comprendre le processus de création, de financement et de distribution de médias documentaires fondés sur le savoir, en vue d'offrir des avantages à tous et leur donner la possibilité d'atteindre leurs buts. Il permettra en outre la mise à l'essai et l'amélioration des pratiques de collaboration intersectorielle par la réalisation d'une variété de projets de médias documentaires au cours des deux prochaines années et par la transmission de savoir et d'expériences dans la version 2 du Guide DOCTalks.

À ces fins, DOCTalks envisage de travailler avec tous les secteurs intéressés pour aller de l'avant dans ce projet.

Promotion des collaborations intersectorielles

À la suite du lancement du Guide DOCTalks, version 1, nous souhaitons rencontrer des collaborateurs des différents secteurs intéressés pour étudier les façons dont ils pourraient participer au processus de création, de financement et de distribution de médias documentaires fondés sur le savoir au Canada.

Tenu tous les ans, le Festival et symposium DOCTalks constitue une occasion en or pour les intervenants des différents secteurs de se rassembler, de réseauter, de discuter du Guide et d'en apprendre davantage à ce sujet.

Les représentants de DOCTalks sont également ouverts à rencontrer des représentants des six secteurs de collaboration mentionnés aux présentes pour discuter du Guide en profondeur et de leur participation. Ces rencontres permettront l'échange de connaissances et d'information entre les secteurs, et favoriseront l'établissement de relations.

Établissement de sections locales de DOCTalks

L'objectif de chaque section locale de DOCTalks sera de produire et de diffuser des projets réalisés en collaboration intersectorielle en vue de créer, de financer et de distribuer des médias documentaires fondés sur le savoir — longs métrages documentaires, vidéos courtes, balados, technologies immersives d'apprentissage, sites Web interactifs, médias sociaux.

Les sections locales procureront aussi une tribune professionnelle permettant de tester, d'améliorer et de promouvoir le Guide DOCTalks sur les pratiques de collaboration intersectorielle un peu partout au Canada. Il serait utile d'établir des sections locales au Canada atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard), mais nous espérons que d'autres intervenants désireront mettre sur pied une section locale dans leur région.

Mise en place de modèles de financement

Des fonds provenant des différents secteurs pourraient être affectés à la création et à la mobilisation de médias documentaires fondés sur le savoir si les modèles de financement appropriés étaient mis en place. À cette fin, DOCTalks est actuellement en discussions avec plusieurs bailleurs de fonds. Ce modèle de financement pourrait ensuite être élargi, et d'autres modèles de financement pourraient être mis sur pied au cours des deux prochaines années.

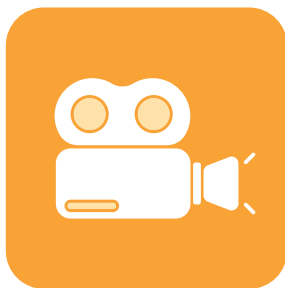
Création d'une vision des médias documentaires fondés sur le savoir

Depuis les 20 dernières années, la prolifération de la télé réalité et des émissions portant sur des modes de vie a éliminé et déplacé les émissions documentaires fondées sur le savoir des chaînes des radiodiffuseurs publics et privés ainsi que des chaînes spécialisées. Cependant, de nouvelles occasions se sont présentées dans le milieu de la narration documentaire en raison de l'évolution constante du paysage des médias numériques.

Depuis 2013, DOCTalks travaille avec des partenaires pour trouver des solutions aux problèmes de programmation et de nouveaux débouchés en favorisant la création et le financement de contenu médiatique documentaire fondé sur le savoir. À cette fin, le Guide DOCTalks permettra une démarche systématique en vue de produire ce type de contenu en tirant profit du talent, de l'expérience et des ressources financières que les secteurs définis dans le Guide (producteurs de documentaires, chercheurs universitaires, organismes de bienfaisance, gouvernements, radiodiffuseurs, ainsi que fondations et bailleurs de fonds) peuvent mettre en commun.

Si, au Canada, nous souhaitons aborder certains des enjeux de société les plus urgents, il faudra établir un cadre culturel et économique qui permette de raconter de vraies histoires, au sujet de vraies personnes qui habitent de vraies localités, qui se penchent sur de vrais problèmes et qui créent de vrais changements dans la société.

C'est pourquoi DOCTalks, en association avec les participants des six secteurs, souhaite instituer une vision et une démarche coordonnée en vue de la création, du financement et de la mobilisation de médias documentaires fondés sur le savoir pour des besoins sociaux, culturels, éducatifs et économiques.



Producteurs de documentaires



Chercheurs universitaires



Gouvernements



Organismes de bienfaisance



Radiodiffuseurs



Fondations et bailleurs de fonds

Annexe : PARTENARIATS INTERSECTORIELS – ÉTUDES DE CAS

Première étude de cas

Chercheur universitaire et producteur de documentaires

TITRE DU PROJET

Men are bullied too

RAISON D'ÊTRE DU PROJET

En raison des effets dévastateurs de l'intimidation en milieu de travail sur la santé et la qualité de vie de ceux et celles qui en sont victimes, la Dre Sue O'Donnell se dévoue avec passion à la prévention de cet enjeu et à la recherche de solutions. La sensibilisation constitue l'une des méthodes possibles pour s'attaquer au problème. Les colloques et les présentations scientifiques ont leur importance, mais ils ne sont pas très accessibles à ceux qui ont besoin de cette information, comme les cibles du harcèlement et les employeurs. Internet est un moyen de diffusion de renseignements sur la santé de plus en plus incontournable : on estime en effet que 70 % des adultes canadiens consultent le Web à cette fin (Statistique Canada, 2005). Ainsi, il est crucial de créer des ressources électroniques fondées sur des données probantes. Si les chercheurs universitaires possèdent une expertise dans la communication des résultats de leurs recherches par les méthodes classiques, peu d'entre eux détiennent une formation ou un savoir-faire quant à l'utilisation d'autres modes de diffusion, comme les médias sociaux, les sites Web, les films et les vidéos. Le projet se fonde sur la publication suivante : O'Donnell, S. et MacIntosh, J. (2016). « Gender and Workplace Bullying: Men's Experiences of Surviving Bullying at Work », *Qualitative Health Research*, doi : 10.1177/1049732314566321.

SECTEUR DES PARTENAIRES

Chercheure universitaire : Dre Sue O'Donnell, Faculté des sciences infirmières, Université du Nouveau-Brunswick

Producteur de documentaires : Nick Wilson Videography (Nick Wilson)

DURÉE DU PROJET

De 2013 à 2014

DEVIS ET FINANCEMENT DU PROJET

Devis total : 4 250 \$

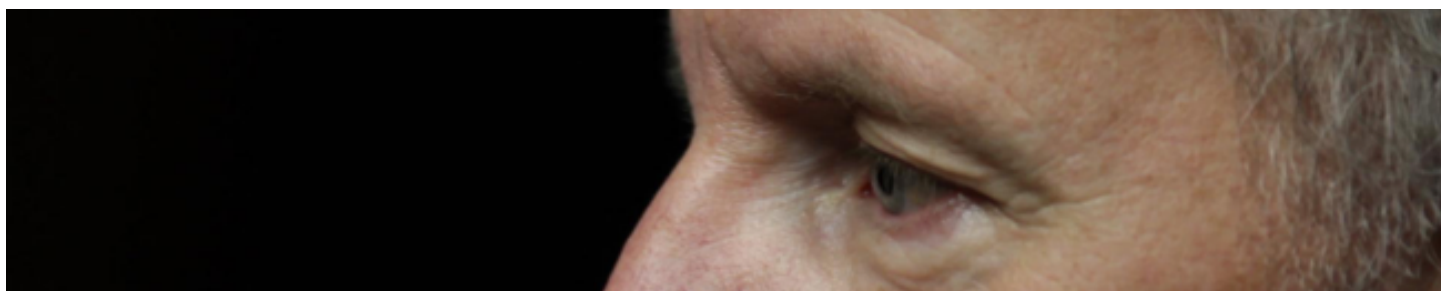
Fonds recueillis par l'Université du Nouveau-Brunswick : 4 250 \$, auprès des Instituts de recherche en santé du Canada : Supplément aux stagiaires pour l'application des connaissances sur le genre, le sexe et la santé de l'Institut de la santé des femmes et des hommes.

DISTRIBUTION

1. En ligne : <https://vimeo.com/100370073> et www.youtube.com/watch?v=da0FSdU_hNg.
2. Yamada, D. (9 juin 2017). « Male Targets of Workplace Bullying », *Minding the Workplace*, <https://newworkplace.wordpress.com/2017/06/09/male-targets-of-workplace-bullying/>.
3. Billet de blogue : O'Donnell, S. (15 octobre 2014). « Men's Experience of Workplace Bullying », *The Good Men Project*, <https://goodmenproject.com/featured-content/men-are-bullied-at-work-too-kerj/> (à titre de blogueuse invitée).
4. Billet de blogue : Workplace Bullying Institute (17 juillet 2014). « Men Are Subjected to Workplace Bullying Too », www.workplacebullying.org.
5. Le film a été projeté devant différents spectateurs (chercheurs, professionnels, grand public).

SYNOPSIS:

L'intimidation a de graves conséquences physiques, mentales et sociales chez les hommes, pour qui il est difficile de demeurer au travail lorsqu'ils sont la cible de harcèlement persistant. Contrairement aux idées reçues, les hommes ont besoin de soutien et cherchent à en obtenir pour composer avec l'intimidation au travail et ses effets. Le film braque les projecteurs sur ce besoin du point de vue masculin.



Annexe : PARTENARIATS INTERSECTORIELS – ÉTUDES DE CAS

Deuxième étude de cas

Organisme de bienfaisance et producteur de documentaires

TITRE DU PROJET

Every Living Thing – experiencing a bioblitz

SECTEUR DES PARTENAIRES

Musée du Nouveau-Brunswick (Don McAlpine) et Flower Power Production Inc. (Lloyd Salomone)

DURÉE DU PROJET

De 2013 à 2017

DEVIS ET FINANCEMENT DU PROJET

Devis total : 99 239 \$

Fonds recueillis par le Musée du Nouveau-Brunswick : 54 524 \$, auprès de la Fondation ÉCHO, du Fonds en fiducie pour l'Environnement du Nouveau-Brunswick et du Musée du Nouveau-Brunswick.

Fonds recueillis par Flower Power Production Inc. : 44 715 \$, auprès du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture du Nouveau-Brunswick (Programme de soutien à l'industrie du film, et de la télévision et des nouveaux médias et Aide à la promotion), de CBC (droits de diffusion), de la société de radiodiffusion croate HRT (droits de diffusion), du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne et du Fonds en fiducie pour la faune du Nouveau-Brunswick, et dans le cadre d'une campagne de financement participatif sur Indiegogo.

ENTENTES JURIDIQUES ET DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le Musée du Nouveau-Brunswick Museum (MNB) et Flower Power Production Inc. (FPPI) n'ont pas signé d'accord officiel. Leur relation de travail se fondait sur

le respect et la confiance mutuels. Les deux entités ont collaboré pour obtenir le financement auquel chacune était admissible, tous les fonds versés à FPPI ayant servi à réaliser le projet de média documentaire. FPPI a conservé le contrôle créatif et le droit d'auteur sur le contenu médiatique documentaire, conformément aux ententes conclues avec les radiodiffuseurs. Des représentants du MNB ont examiné le contenu pour assurer l'exactitude scientifique du savoir et la représentation professionnelle des travaux des chercheurs.

CONTENU ET DISTRIBUTION

1. Film documentaire de 45 minutes, en anglais, sous-titré codé, diffusé à l'émission Absolutely Canadian sur CBC TV et le service éducatif Curio de CBC.
2. Long métrage documentaire de 88 minutes, en anglais avec sous-titres français : projections scientifiques et communautaires, diffusion sur Vimeo et sur la chaîne croate HRT (sous-titré par l'ambassade du Canada à Zagreb).
3. Bande-annonce de 2 minutes, en anglais, à des fins promotionnelles.
4. Site Web interactif, www.everylivingthing.life, en anglais, à des fins d'information, de promotion et de diffusion en continu.
5. Médias sociaux (Facebook et Twitter), en anglais, à des fins de constitution d'un auditoire, de promotion et de diffusion en continu.

SYNOPSIS:

Le film documentaire *Every Living Thing: Experiencing a Bioblitz* entraîne les spectateurs dans un fabuleux voyage au cours duquel ils partageront les objectifs, les joies et les frustrations d'un groupe de chercheurs pendant quatre semaines sur deux étés et exploreront la biodiversité (plantes, champignons, insectes, poissons, amphibiens, reptiles, mammifères, et plus) que la zone naturelle protégée de Grand Lake, au Nouveau-Brunswick, abrite. Le film a été produit en collaboration avec le programme BiotaNB du Musée du Nouveau-Brunswick pour souligner la Décennie des Nations Unies pour la biodiversité (2011-2020). BiotaNB est un projet de recherche menée sur 20 ans pour identifier et cataloguer le plus d'espèces du Nouveau-Brunswick possible et pour obtenir des données de référence en vue de suivre l'évolution du paysage, avant que l'intrusion humaine et les changements climatiques s'accroissent.



Annexe : PARTENARIATS INTERSECTORIELS – ÉTUDES DE CAS

Troisième étude de cas

Producteur de documentaires et chercheur universitaire

TITRE DU PROJET

Till We Meet Again: Moravian Music in Labrador

SECTEUR DES PARTENAIRES

Producteur de documentaires : Lazybank Productions Ltd. (Nigel Markham) Chercheur universitaire : Tom Gordon, École de musique de l'Université Memorial (Terre-Neuve-et-Labrador)

DURÉE DU PROJET

De 2011 à 2013

DEVIS ET FINANCEMENT DU PROJET

Devis total : 143 998 \$

Fonds recueillis par l'École de musique de l'Université Memorial : 20 299 \$ auprès de sources internes.

Fonds recueillis par Lazybank Productions Ltd. : 123 699 \$, auprès du gouvernement du Nunatsiavut (Ullatitsaijet et Kamatsiatet), Parcs Canada, Altius Minerals, Vale Minerals, Newfoundland and Labrador Film Development Corporation, CBC TV.

ENTENTES JURIDIQUES ET DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Lazybank Productions Ltd. n'a pas signé d'entente juridique officielle avec l'Université Memorial. Les fonds recueillis par cette dernière ont principalement été utilisés pour assurer les frais de transport aller-retour vers la côte du Labrador ainsi que le gîte et le couvert des membres de la chorale et de l'orchestre de l'université. Tous les autres fonds ont été recueillis par Lazybank Productions Ltd.

La relation de travail de Nigel Markham et de Tom Gordon se fondait sur le respect et la confiance mutuels.

Lazybank Productions Ltd. a conservé le contrôle créatif et le droit d'auteur sur le contenu médiatique documentaire, conformément aux ententes conclues avec les radiodiffuseurs et la Newfoundland and Labrador Film Development Corporation. Nigel Markham et Tom Gordon se sont très bien entendus tout au long du projet et estiment que le produit fini représente bien leurs aspirations et leurs objectifs de départ. Tom a été consulté pendant tout le projet et a pu commenter et critiquer le film pendant le montage, mais il comprenait bien que le cinéaste avait le dernier mot quant au contenu et au point de vue exprimé dans le film.

CONTENU ET DISTRIBUTION

1. Film documentaire de 52 minutes, en anglais, sous-titré codé, diffusé à CBC TV.
2. Site Web éducatif de l'Office national du film du Canada.
3. Coffret de DVD de l'Office national du film du Canada et du gouvernement du Nunatsiavut, qui regroupe des films sur les Inuits du Labrador.
4. DVD en vente auprès de Lazybank Productions Ltd.

SYNOPSIS:

Au XVIII^e siècle, des missionnaires moraves en provenance d'Europe de l'Est s'installent au Labrador. Venus prêcher le christianisme, ils font de la musique l'un de leurs outils. Ainsi commence une remarquable tradition de musique sacrée dans les communautés nordiques du Labrador. Des chorales composées d'Inuits et accompagnées de petits orchestres de cordes jouent Haydn et Bach. Des fanfares communautaires de cuivres sont aussi mises sur pied. Dans le film, nous suivons une chorale et un ensemble instrumental de St. John's en tournée sur la côte du Labrador pour jouer avec des chorales de la région et célébrer un patrimoine musical bien ancré dans le cœur

